

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembelian merupakan tujuan utama dari aktifitas pemasaran yang dilakukan perusahaan. Untuk mendapatkan penjualan yang optimal perusahaan harus berusaha agar dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Tugas utama dari seorang pemasar ialah untuk mengetahui selera dan cara pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk. Selain itu untuk memenuhi keinginan konsumen agar produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diminta konsumen. Sangat penting juga bagi seorang pemasar untuk melakukan penilaian dari pola perilaku konsumen dan menganalisis perilaku konsumen pada target pasar yang akan menjadi tujuan perusahaan (Rahmanie 2010).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Kotler dan Kevin Lane Keller (2009) menyebutkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Dalam penelitian yang dilakukan Julia Lestari (2018) menjelaskan bahwa keputusan pembelian memiliki berpengaruh terhadap label halal dan harga.

Label halal pada suatu produk adalah parameter utama untuk produk-produk makanan yang akan memasuki pasar yang banyak dihuni umat muslim. Bagi konsumen muslim untuk mengetahui produk dalam kemasan itu sudah baik dan halal adalah dengan memperhatikan label halal yang tercatum pada produk. Oleh karena itu produk halal pada makanan dalam kemasan harus diperhatikan betul bagi perusahaan maupun konsumen muslim.

Menurut Ahsin (2007) labelisasi halal adalah pencantuman tulisan halal yang tertera pada kemasan produk untuk menginformasikan kepada konsumen bahwa produk yang dimaksud sebagai produk yang berstatus halal. Labelisasi diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) kepada produsen yang mendaftarkan produknya

Keputusan untuk mencatumkan label halal diatur oleh keputusan bersama antara Menteri Kesehatan dengan Menteri Agama No.427/MENKES/SKB/1985. secara definisi makanan halal yaitu semua jenis makanan yang tidak mengandung bahan haram atau yang dilarang menurut hukum-hukum dalam Islam (Wajdi&Farid,2003).

Makanan halal akan menjadikan konsumen tenang dalam mengonsumsi suatu produk dan itu akan menciptakan rasa aman bagi konsumen yang notabene beragama Islam. Adapun prosedur untuk mengurus labelisasi di MUI dan LPPOM menurut Girindra (2005) yaitu diantaranya adalah setiap produsen yang ingin mengajukan sertifikasi halal

untuk produknya, harus mengisi formulir yang sudah disediakan dengan melampirkan diantaranya ialah spesifikasi dan sertifikat halal bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta bagian alur proses kemusian surat keterangan halal atau sertifikasi halal dari MUI daerah untuk jenis produk lokal atau sertifikat Halal dari lembaga islam yang diakui MUI untuk produk impor untuk bahan dari hewan.

Tim Auditor LP-POM MUI melakukan pengauditan atau pengecekan ke lokasi yang digunakan untuk memproduksi setelah formulir dan lampiran-lampirannya dikembalikan ke LP-POM MUI dan dicek kelengkapannya. Setelah itu hasil pengecekan atau audit dari hasil laboratorium dipertimbangkan dalam rapat oleh tenaga ahli LP-POM MUI. Apabila sudah dinyatakan memenuhi persyaratan maka dibuat laporan hasil audit untuk kemudian diserahkan ke MUI untuk selanjutnya diputuskan kehalalannya.

Komisi sidang MUI bisa menolak hasil audit apabila dianggap belum memenuhi beberapa syarat yang diajukan dan ditentukan. Sertifikat Halal ditentukan MUI setelah dikaji oleh komisi fatwa MUI. Perusahaan yang produknya sudah mendapatkan sertifikat halal harus membuat tim auditor halal internal sebagai bagian dari sistem penjamin halal. Hal ini untuk mengantisipasi jikalau nanti ada perubahan didalam bahan baku, bahan tambahan dari pembuatan produknya dan tim auditor internal segera konsultasi dengan LPPOM MUI apabila ada sesuatu yang tidak sesuai.

Selain label halal ada juga permasalahan terjadi yang dialami konsumen ketika memilih suatu produk yaitu harga dari produk itu sendiri.

Harga merupakan salah satu sebab bagi konsumen untuk memutuskan pembelian pada suatu produk. Harga dalam pengertian Kotler & Amstrong (2013) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan atas suatu barang maupun jasa atau nilai yang harus ditukarkan untuk memperoleh manfaat suatu produk ataupun jasa. Harga berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan harga yang ditetapkan oleh produsen akan menjadi tolak ukur permintaan suatu produk. Penetapan harga atas suatu produk dan jasa akan berdampak kepada meningkatkan atau menurunkan permintaan atas suatu barang ataupun jasa. Harga yang ditetapkan perusahaan harus bisa menjangkau pangsa pasarnya masing-masing agar permintaan produk dapat meningkat.

Label halal dan harga yang ada pada suatu produk dapat berdampak kepada pembelian konsumen. Sebagai contoh penelitian tentang Mie Samyang, Mie Samyang merupakan makanan mie yang berasal dari Korea. Makanan ini diimpor oleh PT Korinus dan makanan ini menjadi produk yang terkenal di Indonesia. Minat konsumen Indonesia untuk membeli produk ini cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan angka penjualannya yang melesit. Elevenia salah satu market place Indonesia mencatat bahwa transaksi jual beli Mie Samyang pada tahun 2016 mencapai rata-rata penjualan 9.210 bungkus dalam per hari.

Hal yang mengejutkan lain ialah harga Mie Samyang yang bisa terbilang cukup tinggi tingkat harga yang dipatok jika dibandingkan dengan Mie Instan jenis lainya. Berikut ini daftar varian samyang dan harganya :

Tabel 1.1 varian rasa dan harga Mie Samyang

Jenis Mie Samyang	Harga
Samyang spicy shiken ramen	Rp 15.000
Samyang curry hot chicken flavor	Rp 15.800
Samyang chese ramen keju	Rp 17.000
Samyang stew soup	Rp 19.000
Samyang spicy chicken roasted	Rp 19.000
Samyang udong	Rp 19.000
Samyang cool ramen	Rp 23.000

Sumber : www.bp-guide.id

Mie Instan jenis satu ini bisa dikatakan berbeda dengan Mie Instan yang ada selama di Indonesia. Banyak keunggulan yang dijumpai dari jenis Mie Samyang ini diantaranya mie ini memiliki rasa yang super pedas dengan porsi besar dan lembaran mie yang lebih tebal juga besar. Jenis Mie Instan goreng dikenal dengan *fire noodles*.

Namun ada kendala yang dialami oleh Mie Instan asal Korea ini. Pada tahun 2017 BPOM merilis pernyataan kalau Mie Samyang diindikasikan mengandung minyak babi. Marketing manajer PT Korinus memberi pemberitahuan atas insiden tersebut perusahaannya rugi sebesar 30 persen. Kini penjualan Mie Samyang menurun rata-rata hanya sebesar 6.447 per hari di Indonesia dan semenjak kejadian tersebut PT korinus sudah mengurus produknya LPPOM MUI. Setelah melalui serangkaian proses pengujian pada akhirnya Mie Samyang sudah mendapatkan sertifikasi halal MUI pada tanggal 28 September 2017 (www.kompas.com)

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Yuniar Pradani (2018) yang berjudul pengaruh religiusitas dan *country of origin* terhadap keputusan pembelian Mie Samyang menyatakan bahwa keputusan untuk membeli produk Mie Samyang didominasi oleh mahasiswa sebanyak 71% atau 151 orang sementara sisanya adalah pegawai swasta dan ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan keputusan untuk membeli produk Mie Samyang dikalangan mahasiswa masih tinggi sehingga disini relevan ketika objek pada penelitian ini adalah dari kalangan mahasiswa.

Beranjak dari penelitian tersebut maka relevan ketika meneliti keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang. Universitas Muhamadiyah Malang memiliki Mahasiswa yang mayoritas mahasiswanya beragama Islam, selain itu sistem pendidikan yang diintegrasikan dengan pendidikan al-Islam dan Kemuhamadiyaan membuat mahasiswa mengetahui terkait dengan perkara baik dan buruk dalam memutuskan satu produk. Hal ini dapat dijadikan perwakilan dari masyarakat muslim dan konsumen Mie Instan yang menjadi konsumen dari produk ini. Diharapkan nantinya dengan pendidikan yang syarat dengan nuansa keagamaan yang sudah kuat ditancapkan lewat kurikulum yang diberikan sedari awal, mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang dapat lebih selektif didalam mempertimbangkan tentang label halal dan juga harga mengenai produk yang hendak dibelinya.

Penelitian ini sesungguhnya bertujuan untuk mengetahui informasi yang jelas dan disertai bukti-bukti ilmiah terkait dengan bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian

konsumen pada produk Mie Samyang. Pada penelitian ini menjadikan Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang sebagai studi penelitian karena Universitas Muhamadiyah Malang adalah kampus Islam yang dapat mempertimbangkan dan dapat memahami konsep terkait dengan label Halal dan harga yang ada pada produk makanan dalam kemasan. Atas dasar latar belakang tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Labelisasi Halal MUI Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan (studi kasus paroduk Mie Samyang pada Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian pada produk Mie Samyang?
2. Apakah labelisasi halal dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Samyang?
3. Apakah labelisasi halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Samyang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian pada produk Mie Samyang.

2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Samyang.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Samyang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat maka manfaat pada penelitian ini yaitu :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberi informasi kepada pihak perusahaan agar perusahaan lebih mempertimbangkan kembali variabel labelisasi halal dan harga ini dalam penjualan produknya . Informasi ini juga diharapkan menjadi masukan bagi pimpinan perusahaan agar dapat memperbaiki produk menjadi lebih baik lagi.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan lagi penelitian tentang pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian untuk makanan dalam kemasan.

E. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan maka batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Objek Respoden :

- a. Responden dalam penelitian ini Responden adalah mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang yang berminat untuk membeli Mie Samyang.
- b. Responden adalah mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang yang beragama Islam.

2. Variabel :

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012) keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk

melalui proses atau tahapan yang dilakukan konsumen dimana pada akhirnya konsumen benar-benar membeli produk.

b. Labelisasi Halal

Menurut Ahsin (2007) menyebutkan bahwasanya labelisasi Halal adalah pencantuman tulisan halal yang tertera pada kemasan produk untuk menginformasikan kepada konsumen bahwa produk yang dimaksud sebagai produk yang berstatus halal.

c. Harga

Kotler dan Amstrong (2013) menyebutkan bahwa Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat saat menggunakan produk ataupun jasa.